

УДК 339.13 : 330.8  
JEL D 41

**А. Ф. Бурук**

*Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН  
пр. Акад. Лаврентьева, 17, Новосибирск, 630090, Россия*

*Сибирский государственный университет геосистем и технологий  
ул. Плеханова, 10, Новосибирск, 630108, Россия*

*Anjuta-5@yandex.ru*

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ КОНКУРЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ИЗМЕРЕНИЯ**

Рассмотрен понятийный аппарат конкуренции. Обобщены научные теоретико-методологические представления о природе и особенностях сущности конкуренции. Исследованы основные исторические направления определения данного понятия. Рассмотрены современные подходы к измерению уровня конкуренции, определены их основные особенности и недостатки каждого из сформированных подходов. Определены показатели уровня конкуренции, дана их характеристика, выделены основные недостатки и преимущества применения. Обозначено перспективное направление исследования оценки уровня конкуренции, позволяющее в большей степени отобразить процесс соперничества экономических агентов и основные результаты их конкуренции.

*Ключевые слова:* конкуренция, понятие, сущность, подходы к оценке уровня конкуренции, измерители, показатели, интенсивность.

### **Введение**

Проблемы конкурентного взаимодействия между субъектами<sup>1</sup> рыночной экономики занимают одно из центральных мест в исследованиях зарубежных и отечественных ученых. Конкуренция относится к числу фундаментальных понятий в теории и практике экономической системы. Изучению механизма конкуренции посвящено большое количество работ зарубежных и отечественных ученых. Основные подходы были разработаны еще в первой половине XX в. Однако проблемы его экономико-теоретического определения и методики оценки измерения уровня конкуренции до сих пор являются актуальными.

Цель данной статьи – исследование представлений о природе и особенностях сущности конкуренции, теоретико-методологических подходов к измерению его уровня, выявление недостатков и преимуществ каждого из сформированных подходов.

Слово «конкуренция» (лат. *concurrentia*) трактуется как столкновение или состязание, соперничество между людьми, хозяйственными субъектами в достижении одной цели на каком-либо поприще [2]. Толковый словарь русского языка также под конкуренцией понимает «соревнование, соперничество на каком-либо поприще» [3].

Исследования сущности конкуренции позволили определить ее как некий механизм, обеспечивающий ускорение научно-технического прогресса, сбалансированное соотношение

---

<sup>1</sup> Субъекты рыночной экономики, или хозяйствующие субъекты (*экономические агенты*) – действующие лица в экономике, которые самостоятельно принимают решения и осуществляют экономические действия [1].

между общественным производством и общественными потребностями, регулирующий пропорции общественного производства. Конкуренция минимизирует риск производства ненужных или слишком дорогих для потребителя продуктов. Мировой опыт свидетельствует о том, что конкуренция является эффективным механизмом размещения факторов производства в местах, где их применение обеспечивает наибольшую отдачу. Все это и обуславливает активное использование конкуренции в политике регулирования рыночных процессов как мощного инструмента обеспечения экономического развития государства.

Американский экономист Полл Самуэльсон [4] определяет конкуренцию как сложный механизм непроизвольной координации производства, который через систему цен и рынков объединяет знания и действия миллионов индивидов. Тем не менее система удовлетворяет первое требование, которое ставится перед любым социальным организмом, – «способность выжить».

Таким образом, конкуренция определяется прежде всего как механизм, направленный на достижение поставленных целей посредством выполнения определенных функций.

Для того чтобы исследовать сущность конкуренции с точки зрения механизма, разграничить его проявления и составляющие элементы и соответственно дать четкое определение этому термину, представляется целесообразным рассмотреть его с позиции исторического и диалектического научных подходов. Это позволит определить понятие в границах рассматриваемого вопроса, а также рамки применимости этого термина непосредственно в исследованиях. Рассмотрим более подробно понятие механизма и, соответственно, сущности явления конкуренции как механизма.

Понятие «механизм» заимствовано экономикой из технических наук вследствие возникновения потребности в описании социальных и производственных процессов в их взаимодействии. Важным моментом в семантике понятия «механизм» является возможность вследствие его применения, через определенные усилия или использование ресурсов, получить выигрыш, положительный эффект.

Термин «механизм» (греч. μηχανή) – орудие, устройство – 1) Устройство (совокупность подвижно соединенных между собой звеньев), передающее или преобразующее (воспроизводящее) движение. Служит составной частью большинства машин, многих приборов и аппаратов. 2) Совокупность промежуточных состояний или процессов каких-либо явлений, например, механизм химических реакций, механизм излучения и т. д. [5]. Впоследствии понятие «механизм», стало элементообразующим звеном для многих научных категорий, и эти категории начали использовать как в естественных науках, так и в гуманитарных.

В экономической теории широкое распространение получило понятие «механизм», имеющее двоякое толкование: как процесс и как ресурсы, методы и средства процесса. Кроме того, актуально исследование соотношения между собой таких экономических понятий, как «механизм» и «процесс». Рассмотрим определение каждого из подходов.

Как «совокупность методов и средств воздействия на экономические процессы и их регулирование» термин «экономический механизм» рассматривается в современном экономическом словаре<sup>2</sup>.

С точки зрения системы экономических рычагов и методов, которые реализуют воздействие управляющей системы на управляемую, также рассматривается понятие механизма в работе [6].

В работе [7] экономический механизм, представлен как совокупность элементов, которые воздействуют на экономические процессы, происходящие на предприятии.

Немного модифицированный подход представлен в работе [8], в которой финансовый механизм рассматривается как «элемент хозяйственного механизма, совокупность финансовых инструментов, рычагов и способов регулирования экономических процессов».

Таким образом, следуя данной логике, ряд исследователей представляет экономический механизм как «совокупность методов и средств воздействия на экономические процессы, их регулирование»<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Райзберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Е. Хозяйственный механизм. URL: <http://www.smartcat.ru/Referat/atyelramnz.shtml>

<sup>3</sup> Столяров В., Васечко Л. Экономический механизм социального страхования. URL: <http://efaculty.kiev.ua/analytics/str/3/>

В работе [9] под понятием «экономический механизм» предлагает понимать целостную систему экономических методов, способов и рычагов, которые реализуют воздействие управленческой системы на управляемую с целью перехода последней в новое, более качественное состояние, вследствие чего повышается эффективность функционирования предприятия.

При этом считается, что, с одной стороны, механизм выступает как специфическая объективная форма проявления производственных отношений (планирование, нормативы, стандарты, цена, прибыль и т. п.), с другой – используется на практике как метод хозяйствования. Таким образом, данное определение рассматривается с позиции проявления механизма и с позиции инструментария.

Ряд авторов [10; 11] рассматривает механизм с точки зрения процессного подхода. Исходя из их представлений «механизм» (первый элемент процесса) позволяет при помощи «управления» реализовать функцию процесса. Таким образом, механизм есть ресурсное обеспечение процесса, т. е. совокупность экономических ресурсов и способов их взаимодействия, его вещественная часть, которая включает совокупность взаимосвязанных элементов, настроенных на выполнение функции процесса.

Так, под хозяйственным механизмом в процессном подходе часто понимается совокупность процессов, организационных структур, конкретных форм и методов управления, а также правовых норм, с помощью которых реализуются действующие в конкретных условиях экономические законы, процесс воспроизводства [11].

Понятие «управление» в процессном подходе отграничено от понятия «механизм». Иначе говоря, управление является главным генератором командных воздействий, в то время как механизм – подчиненным, исполнительным, обеспечивающим ресурсами реализацию команды. Таким образом, именно соединение «управления» с «механизмом» приводит к осуществлению процесса достижения поставленных целей.

Автор работы [9] предлагает следующее понимание механизма с точки зрения процессного подхода: «Механизм – это совокупность ресурсов экономического процесса и способов их соединения». В этом определении соединено определение механизма как ресурса и как процесса одновременно.

Также в экономических исследованиях и литературе приобрел распространение подход трактующий категорию «механизм» как систему, совокупность действий или способ, который определяет порядок, последовательность видов деятельности или процесса некоторых звеньев и элементов, которые приводят их в действия [12].

Широко распространено мнение, что «экономический механизм» – «система» в общем понимании этого термина, которая сложилась и трансформируется в результате объективных рыночных законов, отношений, а раз так, то данное понятие необходимо рассматривать с позиции теории систем.

А. Кульман [13] в исследовании «Экономический механизм», дает следующее определение: «Мы говорим о механизме в том случае, если некое исходное явление влечет за собой ряд других, причем для их возникновения не требуется дополнительного импульса. Они следуют одно за другим в определенной последовательности и ведут к неким очевидным результатам. Таким образом, важным выводом является то, что механизм в результате своего действия всегда имеет свои проявления».

Переходя к классификации механизмов, автор дает следующее понимание сущности «механизма»: «Если исходить из того, что механизмы представляют собой системы взаимосвязей экономических явлений, которые возникают в определенных условиях под воздействием начального импульса, то теоретически механизмов может существовать столько, сколько существует различных импульсов в каждой системе взаимосвязанных явлений при заданных условиях. Их количество можно рассчитать как произведение числа импульсов на число существующих взаимосвязей экономических явлений» [13].

В дальнейшем А. Кульман выделяет две основные группы механизмов: закрытого типа, открытого типа, а критерием такого разделения выступает сущностный подход, проявляющийся в конечном результате действия «механизма». Закрытый механизм – воспроизведение в больших или меньших масштабах исходного явления. Открытый механизм – такой, который не воспроизводит исходное явление, а дает начало новой серии явлений.

В результате попытки систематизировать определения понятия конкуренции как механизма с точки зрения различных подходов, можно выделить четыре направления его понимания: 1) обеспеченность ресурсами; 2) инструменты и методы, рычаги; 3) процесс; 4) система. Также важным является разграничение понятия механизма и результатов его проявления.

Таким образом, анализ подходов к пониманию конкуренции следует разграничить с точки зрения конкуренции как механизма, результатов и форм его проявления.

Исторически сложившиеся подходы к определению конкуренции с точки зрения механизма трактуют данное явление с разных позиций. Рассмотрим более подробно особенности понимания данного явления и разграничения механизма его действия и проявлений.

*Классическое направление* экономической мысли рассматривает конкуренцию как движущую силу, т. е. как механизм, который приводит к следующим проявлениям: рационализация действий хозяйствующих индивидов, равновесие спроса и предложения и т. д. В данном подходе четко не выделено, является ли движущая сила процессом, системой инструментов и методов или ресурсом.

*Неоклассическое направление* рассматривает конкуренцию как борьбу или как соперничество агентов в целях достижения лучшего, по сравнению с остальными участниками рынка, результата своей деятельности, направленную на занятие устойчивых позиций на рынке.

В данном понимании конкурентная борьба или соперничество представлены как процесс, в котором используются рыночные механизмы. Данной позиции придерживался поведенческий подход, который исследовал такие инструменты конкурентной борьбы, как сокращение издержек и дифференциация свойств продукции, максимизация эффективности использования ресурсов и т. д.

Немного иначе рассматривает конкуренцию структурный подход, который характеризует конкуренцию через систему его элементов, структуру рынка и других его элементов.

*Марксистское направление* рассматривает конкуренцию как специфический структурный аспект капитализма, с позиции войны, или борьбы, всех против всех в современном гражданском обществе. Например, борьба между капиталистами за контроль над рынком, между рабочими за гарантированные рабочие места, между рабочими и капиталистами за лучшие условия использования ресурсов. Проявлением конкурентной борьбы является улучшение качества продукции, снижение издержек производства, рационализация производства, технический прогресс и другие позитивные изменения в экономике.

*Институциональное направление* рассматривает конкуренцию как соперничество между агентами в системе взаимосвязанных институциональных инструментов и методов, в качестве которых выступают законы, правила, действующие механизмы, институциональные ограничения, система прав собственности, применяемые для регулирования процесса развития и конкуренции. Формами проявления конкуренции выступают успешность в борьбе за достижение поставленной цели, развитие, состязательность, возможность использования конкурентных преимуществ в условиях несовершенной конкуренции.

Помимо определения сущности понятия конкуренции, в экономической науке остается открытым вопрос измеримости конкуренции. Как отмечалось выше, конкуренцию мы определили как некий механизм, направленный на достижение определенных целей конкурентной борьбы субъектов рынка, соответственно измерению подлежит не сам механизм конкуренции, а результаты его проявления.

Актуальность измерения проявлений конкуренции отмечается на высшем уровне управления государством. Данные задачи установлены в программе развития конкуренции как необходимость поиска эффективных методов ее измерения вследствие отсутствия адекватных измерителей интенсивности соперничества, исходя из которых можно было бы принимать взвешенные управленческие решения, что, в частности, приводит к недостаточно эффективной деятельности Федеральной антимонопольной службы. В бюллетене Лаборатории проблем конкуренции и конкурентной политики МГУ<sup>4</sup> отмечается, что существующий порядок оценки состояния конкуренции уделяет первоочередное внимание показателям

<sup>4</sup> См.: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28.12.2012. План мероприятий («дорожная карта») «Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики».

рыночной концентрации, которые свидетельствуют лишь о предпосылках для возникновения того или иного состояния конкуренции. При этом мало внимания уделяется проблеме оценки собственно эндогенной конкуренции в экономической системе, имеющей большое значение для выявления факторов, влияющих на конкуренцию, применимых в регулятивных целях.

Анализ экономической литературы показал отсутствие объективного и универсального измерителя интенсивности конкуренции, что вызывается множеством причин, в том числе отсутствием единой методологии определения понятия конкуренции вследствие архисложности такого явления и соответственно множеством и разнообразием его проявлений. Недостатками в основных теоретических подходах к оценке проявлений конкуренции являются:

- отсутствие единственной применяемой методики оценки уровня конкуренции;
- сложность получения и использования информации для оценки конкуренции;
- сложность и неоднозначность интерпретации полученной оценки уровня конкуренции.

*Современные подходы к измерению уровня конкуренции* основываются на различных показателях, которые косвенно отражают само исследуемое явление. Конкуренция в экономической литературе измеряется с помощью показателей, не отражающих процесс соперничества производителей или продавцов за доступ к денежным ресурсам потребителей.

Наиболее часто при оценке состояния конкуренции первоочередное внимание уделяется показателям рыночной концентрации и входных барьеров. Часто для оценки интенсивности конкуренции используются поведенческий, структурный и функциональный подходы, подход, в основе которого лежит зависимость конкуренции от числа участников, кроме того, оценка проводится с помощью показателей рыночной доли предприятия и с использованием показателей рыночной власти фирмы.

В некоторых подходах к измерению уровня конкуренции наблюдаются некоторые общие принципы оценки, которые выражаются в использовании одних и тех же показателей. В методиках измерения рыночной доли предприятия и показателей рыночной власти фирмы используются те же измерители, что и в структурном и функциональном подходах. Таким образом, представляется целесообразным, провести сравнительный анализ подходов к оценке уровня конкуренции.

В табл. 1 представлены характерные черты существующих подходов, выделены измерители конкуренции, недостатки и преимущества. На рисунке отображены наиболее применяемые в экономической литературе показатели измерения конкуренции и подходы, в которых они применяются.

*Поведенческий подход.* С точки зрения поведенческого подхода измерение конкуренции сталкивается с рядом трудностей, связанных с использованием объективных показателей, оценивающих набор действий конкретных агентов, направленных на получение конкурентных преимуществ в результате организации эффективной деятельности по достижению поставленных целей.

Для этого могут анализироваться ценовые, маркетинговые, инновационные стратегии компаний, оценка использования информации о рынке и другие аспекты деятельности субъектов хозяйствования. Все это сопряжено с невозможностью агрегирования и формирования универсальных показателей для отраслевых рынков, а также с отсутствием универсального средства или шаблона для квалификации поведения экономического агента. Именно этим, вызвано ограниченное использование оценки конкуренции с точки зрения поведенческого подхода.

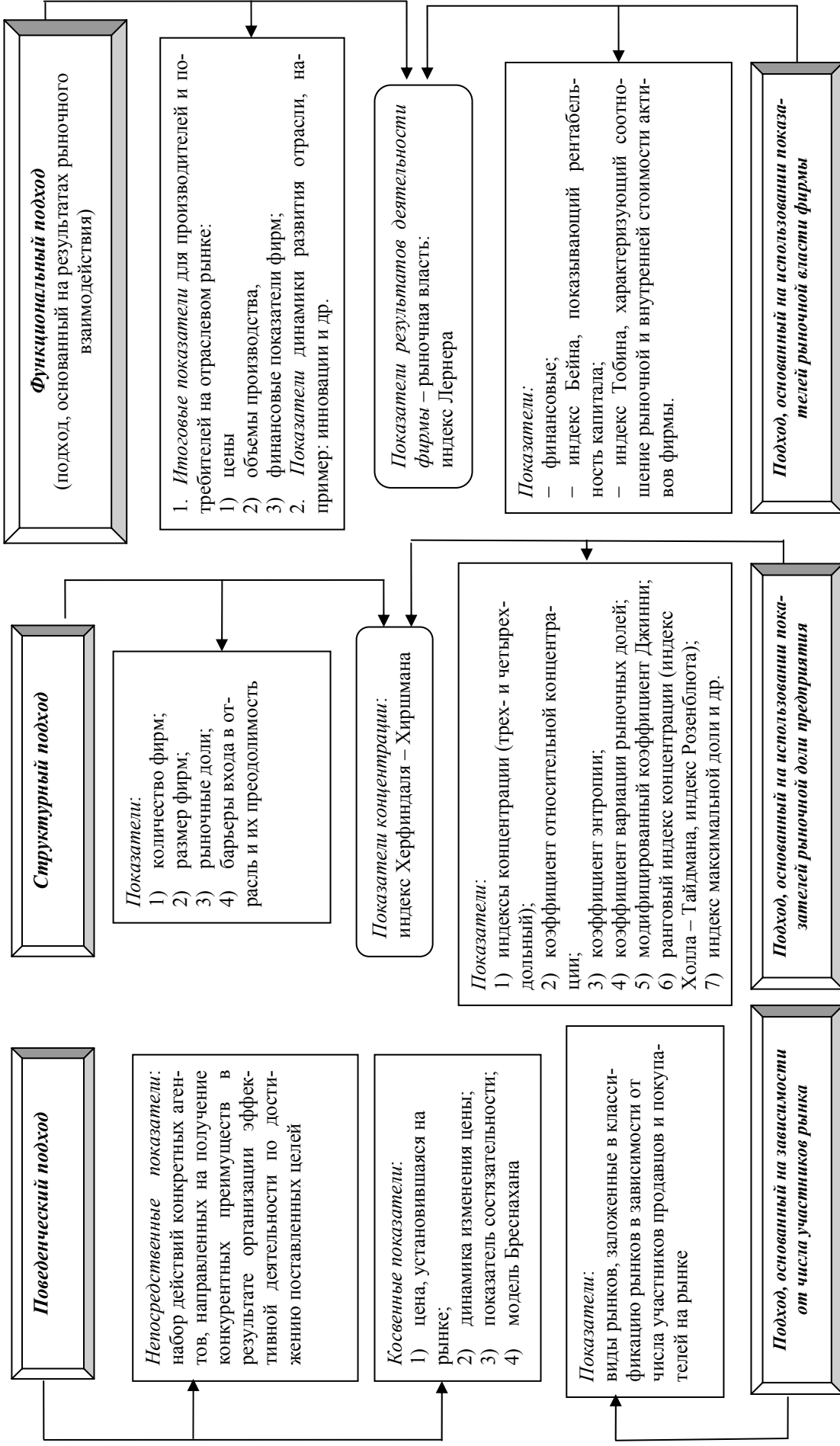
Для упрощения условий оценки конкуренции в рамках рассматриваемого подхода могут приниматься предположения о том, что поведение агентов представляет собой не беспорядочный набор спонтанных действий, что оно базируется на наборе систематически применяемых правил по оптимальному решению стоящих перед ними задач с учетом изменений внешней среды.

Также оценку конкуренции между компаниями предлагают оценить с помощью набора косвенных показателей их деятельности, которые выражают его результаты и правила поведения, которыми руководствовались агенты. Подобный подход получил распространение в рамках «теории отраслевых рынков». В качестве критерия результативности деятельности часто используется цена, установившаяся на рынке, и динамика ее изменения. Для оценки

Таблица 1

## Сравнительный анализ подходов к оценке конкуренции с точки зрения основных его характеристик

Показатели, характеризующие конкуренцию	Подход				показателей рыночной власти фирмы
	поведенческий	структурный	функциональный	зависимости от числа участников рынка	
Цели	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Достижение лучшего, по сравнению с остальными участниками рынка, результата своей деятельности;</li> <li>▪ ограниченное количество экономических ресурсов;</li> <li>▪ прибыль;</li> <li>▪ платежеспособный спрос;</li> <li>▪ доля рынка;</li> <li>▪ лучшие условия приложения капитала</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Размер рынка;</li> <li>▪ платежеспособный спрос;</li> <li>▪ прибыль</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Более прибыльное приложение капитала;</li> <li>▪ ограниченный спрос;</li> <li>▪ источники экономиче-ской ренты (извлече-нию дохода за счет эксплуатации чужих, а не своих ресурсов);</li> <li>▪ прибыль</li> </ul>	Монопольная власть	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Прибыль;</li> <li>▪ рентабельность;</li> <li>▪ стоимость активов предприятия;</li> <li>▪ другие финансовые показатели результа-тов деятельности предприятия</li> </ul>
Число участников	От одного до неограниченного количества				
Рыночные механизмы, инструменты конкурентной борьбы	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Сокращение издержек;</li> <li>▪ цены;</li> <li>▪ дифференциации свойств продукта</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Дифференциация свойств продукции;</li> <li>▪ влияние отдельного хозяйствующего субъекта на общий уровень цен;</li> <li>▪ лицензии;</li> <li>▪ цена;</li> <li>▪ технологии;</li> <li>▪ капитальные вложе-ния;</li> <li>▪ кооперация</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Технологии;</li> <li>▪ инновации;</li> <li>▪ качество;</li> <li>▪ инвестиций;</li> <li>▪ наемный труд;</li> <li>▪ эффект масштаба;</li> <li>▪ производительность труда</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Стратегия лидера или последователя с уче-том кривой реагирова-ния соперника;</li> <li>▪ ценовая стратегия;</li> <li>▪ объемы выпуска;</li> <li>▪ сговор</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Цена;</li> <li>▪ издержки</li> </ul>
Тип участников	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Продавцы;</li> <li>▪ продавцы и покупатели;</li> <li>▪ продавцы и поставщики</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Субъекты мирового рынка (компания);</li> <li>▪ Продавцы и покупа-тели</li> </ul>	Продавцы и покупатели	Продавцы	Продавцы
Вертикальная и горизонтальная конкуренция	Продавцы и покупатели	Продавцы и покупатели	Продавцы и покупатели	–	–



Основные подходы к оценке уровня конкуренции и их измерители

стратегии ценообразования фирмы, и описания ее поведения, используется показатель состоятельности (contestability), рассчитанный на основе модели Дж. Панзара и Дж. Росса [14]. Данная модель применяется для оценки конкуренции в сфере банковских услуг. Она основывается на установлении зависимости между ценами факторов производства и ценами продукции, что позволяет определить реакцию фирм вследствие изменения издержек и их ценовые стратегии. Так, например, в условиях жесткой конкуренции производители вынуждены значительно снижать разрыв между ценой и себестоимостью. В то время как реакция на ценовую политику монополиста будет умеренной, соответственно разрыв будет ограничиваться только государственными ограничениями и покупательной способностью.

*Недостатки.* Сопровождается невозможностью агрегирования и формирования универсальных показателей для отраслевых рынков, отсутствием универсального алгоритма описания поведения экономического агента. Недостатком данной модели является то, что она предполагает действия в условиях равновесного рынка, на котором фирмы придерживаются ценообразования по издержкам. Следует отметить, что степень «конкурентности» поведения в рамках изучения банковской сферы оценивается также с помощью модели Бреснахана [1].

*Структурный подход.* Структурный подход к объяснению конкуренции прослеживается в работах А. Кульмана [13], К. Менара [15], В. Ойкена [16], Дж. Робинсон [17], Э. Чемберлена [18], других известных ученых. Структурный подход предлагает оценивать рыночную ситуацию на основе таких характеристик рынка, как количество фирм, их размеры и рыночные доли. Прежде всего, к ним относятся показатели концентрации: индексы Херфиндаля – Хиршмана (НИ), доля крупнейших фирм CR. К этой же группе можно отнести показатели, характеризующие барьеры входа в отрасль и их преодолимость.

Применение уровня концентрации не всегда позволяет сделать однозначные выводы. В рамках современной теории отраслевых рынков никто не разделяет представлений об однозначной связи между концентрацией и конкуренцией. Так, например, высокий уровень концентрации не всегда означает жесткую конкурентную борьбу, в то время как между несколькими участниками может возникать сильное противостояние. Seriously различаются две ситуации: когда продавец является монополистом и когда он им не является. Но если число конкурентов больше 1, то дальнейший рост их числа не означает повышения интенсивности конкуренции.

Оценка уровня барьеров имеет большое значение для выявления эффектов потенциальной конкуренции. В то же время высокие барьеры сами по себе не препятствуют конкурентному поведению действующих участников и недостаточны для выводов об ее интенсивности. Кроме того, активная конкуренция может привести к уходу с рынка или к существенному снижению доли наименее эффективных участников. Это приведет к снижению концентрации, хотя обусловлено следствием жесткой конкурентной борьбы.

В некоторых работах для выявления интенсивности конкуренции на рынке также используется показатель доли импорта. Однако этот показатель можно интерпретировать лишь как условие для конкуренции (как, например, показатель Херфиндаля – Хиршмана), поэтому может быть использован только в сочетании с другими показателями.

*Недостатки.* Применение показателя оценки уровня концентрации сопровождается неоднозначными выводами. Высокие барьеры не препятствуют конкурентному поведению действующих участников и недостаточны для выводов об ее интенсивности. Снижение концентрации часто обусловлено жесткой конкурентной борьбой.

*Функциональный подход.* Данное направление оценки уровня конкуренции было развито в трудах А. Смита [19], Й. Шумпетера [20], Ф. Хайека [21], К. Маркса [22], Л. Жигуна [23]. Показатели третьей группы – результаты рыночного взаимодействия – могут быть оценены, во-первых, с точки зрения итоговых показателей для производителей и потребителей на отраслевом рынке в терминах цен и объемов, финансовых показателей фирм и их изменения, во-вторых, с точки зрения динамики других параметров отрасли, в частности внедрения инноваций. Определение состояния конкуренции на основе итогов деятельности компаний чаще всего связывают с рыночной властью. Методика оценки рыночной власти основана, как правило, на расчете индекса Лернера – фактически соотношения цены и предельных издержек – или подобных ему показателей. Такая методика сопряжена с проблемой определения экономических предельных издержек предприятий. Кроме того, даже при активной конку-



ренции норма экономической прибыли может оставаться относительно высокой. В этой ситуации среднерыночный индекс Лернера может оказаться относительно высоким в условиях интенсивной конкурентной борьбы. Наконец, даже в условиях активной конкуренции более эффективные фирмы, обладающие низким уровнем издержек, будут иметь относительно более высокий уровень цены, который может сохраняться достаточно долго. Но последнее совсем не означает наличия у них рыночной власти и уж тем более ослабления конкуренции на рынке. Более подробно недостатки использования индекса Лернера для оценки конкуренции на рынке изложены в специальной работе Ф. Фишера [24].

*Недостатки.* Методика оценки с помощью показателей результатов деятельности фирмы сопровождается проблемой определения экономических предельных издержек предприятий. В то же время активная конкуренция может сопровождаться высокой нормой экономической прибыли. Также высокий показатель уровня цены не всегда означает наличие у фирм рыночной власти и снижение конкуренции на рынке.

Подход, основанный на зависимости *конкуренции на рынке от числа участников рынка*. Наиболее широко данный подход рассмотрен Г. фон Штакельбергом и представлен в виде классификации рынков. В зависимости от числа рыночных агентов двух типов – продавцов и покупателей, он предложил выделять девять типов рынка (двухсторонняя полиполия; олигопсония; монопсония; олигополия; двухсторонняя олигополия; монопсония, ограниченная олигополией; монополия; монополия, ограниченная олигополией; двухсторонняя монополия).

*Недостатки.* Серьезным недостатком данного подхода является приблизительное определение числа участников рынка в определении типов рынка. Соответственно по отношению к разным рынкам фиксированное число участников может расцениваться на одном как большое, а на другом как малое. Подход также не учитывает размеры участников рынка.

Отсутствует информация о конкурентных процессах, протекающих на рынке, а количественная оценка его участников, не отображает интенсивности конкурентной борьбы или сотрудничества. Несмотря на указанные недостатки, существующий подход к оценке типа рынка на основе числа его участников является доминирующим в экономической науке.

Однако более важен вопрос определения не типа рынка, а интенсивности происходящих на нем конкурентных процессов, что делает данный подход малоприменимым для обоснования предпринимательских решений.

Подход к измерению конкуренции на рынке, основанный на *использовании показателей рыночной доли предприятия*. Показатели рыночной доли широко применяются в антимонопольном законодательстве для государственного контроля за соблюдением условий для рыночной конкуренции и не допущения демополизации рынка, пресечения монополистических действий и недобросовестной конкуренции, устранения административных барьеров и обеспечение равных условий для всех участников рынка.

Для количественного определения долей рынка и определения конкурентных позиций субъектов предпринимательского бизнеса разработано и применяется достаточно много показателей:

- индексы концентрации (трех- и четырехдольный);
- индекс Херфиндаля – Хиршмана;
- коэффициент относительной концентрации;
- коэффициент энтропии;
- коэффициент вариации рыночных долей;
- модифицированный коэффициент Джинни;
- ранговый индекс концентрации (индекс Холла – Тайдмана, индекс Розенблюта);
- индекс максимальной доли и др.

Основные характерные черты, недостатки и преимущества данных показателей представлены в табл. 2.

*Недостатки.* На протяжении многих десятилетий считалось, что основной стратегической целью любого предприятия является завоевание как можно большей доли рынка. Тем не менее рыночная доля не всегда выступает индикатором интенсивности конкуренции, так как не все предприниматели стремятся завоевать максимальную рыночную долю.

Таблица 2

## Показатели рыночной доли

Показатель	Характеристика показателя	Недостатки	Преимущества
Индекс концентрации	Показатель, характеризует, какая доля рынка приходится на заданное количество самых крупных игроков	<p>Основным недостатком рассматриваемого показателя является зависимость его значения от числа крупнейших фирм, принятых к рассмотрению, а также отсутствие информации о конкурентных процессах, протекающих среди более мелких участников рынка.</p> <p>Индекс концентрации не учитывает особенности рыночной структуры всей отрасли. Например, коэффициент концентрации «нечувствителен» к различным вариантам распределения долей между конкурентами. Он будет одинаковым и равным 80 % в двух различных случаях: когда одно предприятие контролирует 77 % рынка, а остальные три – по 1 %, и когда четыре равномогущих предприятия владеют по 20 % рынка каждый. Кроме того, показатель не говорит о том, каков размер фирм, которые не попали в выборку. Поэтому все шире используются показатели, характеризующие уровень концентрации в целом для всех предприятий.</p> <p>Не учитывает данный показатель и долю рынка, покрываемую за счет импорта, поэтому он может показать завышенный уровень концентрации отрасли. По этой же причине он неприменим к оценке региональных и местных рыночных структур</p>	Данный показатель приемлем в качестве грубого индикатора, характеризующего наличие в отрасли небольшого числа доминирующих фирм, что отличает олигополию от совершенной и монополистической конкуренции, или в качестве дополнительного показателя, применяющегося совместно с другими показателями концентрации
Индекс Херфиндаля – Хиршмана	Показатель, рассчитывается как сумма квадратов рыночных долей (в процентах) всех субъектов рынка в объеме его объема	<p>Для точного расчета индекса Херфиндаля – Хиршмана необходимо знать рыночные доли всех производителей данного товара, что при большом их числе не всегда возможно. Индекс Херфиндаля – Хиршмана косвенно свидетельствует о величине экономической прибыли, полученной в результате осуществления монопольной власти.</p> <p>Однако данная методика расчета индекса создает проблемы с интерпретацией полученных результатов: в зависимости от числа участников рынка границы возможных значений индекса могут быть совершенно различными. Также недостатком индекса является необходимость полной аналитической базы обо всех субъектах рынка, что является достаточно проблематичным в условиях дефицита информации</p>	Позволяет учесть доли всех участников, что делает его более привлекательным, чем индекс концентрации. Достоинством является высокая чувствительность к изменению долей всех участников рынка, возводимых во вторую степень

Показатель	Характеристика показателя	Недостатки	Преимущества
Коэффициент энтропии	Показывает среднюю долю фирм, действующих на рынке, взвешенную по натуральному логарифму обратной ей величины	Недостатком рассматриваемого показателя является то, что он не характеризует степень концентрации на рынке, а только показывает однородность или неоднородность рынка	Он позволяет избежать проблемы зависимости коэффициента от числа фирм. Энтропия измеряет неупорядоченность распределения долей между фирмами рынка: чем выше показатель энтропии, тем ниже возможности продавцов влиять на рыночную цену
Дисперсии рыночных долей	Отражает неравномерность распределения рыночных долей между фирмами	Чем выше неравномерность распределения долей, тем при прочих равных условиях более концентрированным является рынок. Однако дисперсия не дает характеристику относительного размера фирм; для рынка с двумя фирмами одинакового размера и для рынка со 100 фирмами одинакового размера дисперсия в обоих случаях будет одинакова и равна нулю, но уровень концентрации будет различным	Дисперсию можно было бы применять как вспомогательный показатель для оценки неравенства в размерах фирм. При прочих равных условиях (при одинаковом числе фирм в отраслях и приблизительно равных иных показателях концентрации продавцов) она может служить и косвенным показателем концентрации
Коэффициент вариации рыночных долей	Показывает возможную рыночную власть конкурентов через равенство их размеров	Недостатком использования коэффициента вариации рыночных долей является то, что она предполагает подчинение нормальному закону распределения вероятностей, что противоречит действительности. При низком коэффициенте вариации могут оказаться не выявленными субъекты, имеющие доминирующее положение или monopolную власть. При равенстве долей участников рынка и в ситуации чистой монополии данный коэффициент будет равняться нулю	Данный коэффициент характеризует возможную рыночную власть фирм через равенство их размеров

Например, в некоторых случаях целью предпринимательской деятельности является получение максимизации прибыли во вложенный капитал, соответственно чем выше результативность данного показателя, тем более высокий уровень конкурентной борьбы. В теории конкуренции Майкл Портер показал, что не все предприниматели стремятся завоевать максимальную рыночную долю. Предпочтительней для предпринимательской деятельности является получение максимизации прибыли во вложенный капитал. В то время как нацеленность на завоевание доли рынка может приводить к снижению прибыли, требуя неэффективных вложений в конкурентную борьбу за малоприбыльные сегменты рынка.

Так, наблюдается ситуация, когда предприятия, занимающие меньшие доли рынка, по экономическим результатам опережают некоторые крупнейшие фирмы за счет концентрации на удовлетворении потребностей отдельных высокодоходных сегментов рынка.

Рассматриваемые показатели оценки уровня конкуренции рыночной доли фирм имеют недостатки и преимущества, изложенные в экономической научной литературе, посвященной анализу структуры рынков. Многочисленность методов исчисления индексов и многообразие самих индексов, характеризующих в той или иной степени структуру рынка, говорит о сложности анализируемого объекта исследования, а также об отсутствии единой методики, позволяющей измерить уровень конкуренции.

Это обстоятельство и служит причиной того, что экономисты продолжают научные исследования в области разработок показателей измерения конкуренции. Недостатком и направлением совершенствования перечисленных подходов является установление четких границ изменения и однозначное толкование своих значений.

Подход к оценке уровня конкуренции, основанный на использовании *показателей рыночной власти фирмы*. В данном случае предполагается, что рыночная власть состоит в способности предприятия обеспечивать прибыль. Показатели рыночной власти предприятия отображаются в финансовых показателях ее деятельности. Примеры таких показателей:

- индекс Бейна, показывающий рентабельность капитала;
- индекс Лернера, рассчитываемый исходя из цены конкурентного и неконкурентного рынка;
- индекс Тобина, характеризующий соотношение рыночной и внутренней стоимости активов фирмы.

Основным *недостатком* данного подхода можно считать проблемы, связанные с измерением, которые осуществляются на основе данных одного предприятия и не характеризуют ситуацию на рынке в целом. Таким образом, конкурентные действия учитываются посредством успешности введения бизнеса.

Другие подходы, кроме названных, стремятся описать уровень конкуренции через отличные от вышеупомянутых, косвенных показателей. Одним из таких подходов является предложенный Р. В. Иштутиным *способ оценивания уровня конкуренции посредством анализа затрат предприятия на маркетинг*. Данный подход исходит из предположения, что высокая конкуренция на рынке требует от предприятия активных действий, оценить величину которых можно через затраты на маркетинг.

*Недостатки*. Данная оценка представляется достаточно приблизительной, так как существует множество факторов, которые также влияют на возможность осуществлять противостояние, например: финансовые ограничения, доступ к ресурсам, а также грамотно разработанный маркетинг.

В качестве индикатора уровня конкуренции на рынке в некоторых исследованиях используют *покупательское поведение потребителя*, так как именно в нем отражается совокупность факторов, влияющих на уровень конкуренции на рынке. Конкуренция, определяемая как соперничество продавцов за денежные средства покупателей, может рассматриваться как соперничество продавцов за формирование и поддержание покупательского спроса и находит отражение их поведения в каждый период.

Таким образом, современные теоретические положения в области конкуренции не позволяют адекватно описывать сложившиеся в экономике конкурентные отношения и процессы их развития. Остается актуальной задачей в оценке уровня конкуренции создание альтернативных методик измерения, которые отражали бы состояние конкуренции, а не его косвенные факторы, свойственные индикаторам рыночной власти. Не решенной является и пробле-

ма определения сущности конкуренции, что требует дальнейших исследований и формализации понятия «конкуренция», а также разработки критериев ее оценки. Универсальность оценки состояния конкуренции, которая имела бы количественный характер, также является приоритетным направлением исследования в целях агрегирования и сопоставления результатов при сравнительном анализе уровня конкуренции.

Представление о конкуренции как о сложной системе влечет необходимость поиска и применения новой методологии, которая позволила бы моделировать процессы и оценивать результаты ее проявления. Сложность оценки конкуренции заключается в том, что формы ее проявления очень разнообразны, так как формируются из взаимодействия множества агентов, каждый из которых обладает определенными особенностями поведения. Это обуславливает определенные трудности в прогнозировании конкурентного поведения социальной системы и в оценке ее проявлений.

В этом контексте некоторые исследователи [25; 26] отмечают преимущества применения поведенческого подхода в оценке уровня конкуренции, который рассматривает ее как процесс соперничества между агентами за достижение поставленной цели. Поведенческий подход объединяет экспериментальные результаты психологии и когнитивных аспектов принятия решений агентами, чтобы определить настоящее конкурентное поведение людей. Таким образом, поведенческий подход предполагает измерение конкуренции, описывающейся набором действий конкретных агентов, направленных на получение конкурентных преимуществ в результате организации эффективной деятельности по достижению поставленных целей.

В рамках данного подхода особого внимания заслуживает агентное моделирование сложных социально-экономических систем, которое позволяет описывать поведение системы с точки зрения взаимодействия конкурирующих агентов, каждый из которых, обладает определенными особенностями поведения. Задача агентного моделирования заключается в попытке понять природу конкуренции в основе сложных экономических явлений.

Р. Аксельрод [26] отмечает привлекательность агентного подхода к моделированию сложных социально-экономических систем, каковым является конкуренция. Он отмечает, что данный подход изучает не только поведение индивидов, но также и то, как взаимодействие между многими индивидами, в том числе посредством конкуренции, приводит к возникновению определенных последствий.

Основные принципы микроэкономики в агентном подходе несколько ослаблены и ставят вопрос, во всех ли случаях действительны ее постулаты. Так, исследователи поведенческой экономики опровергают традиционный тезис о том, что люди как экономические агенты стремятся максимизировать полезность при принятии решений. Так, С. Герберт [27] полагал, что при принятии решений человек стремится не максимизировать свою потребность, а скорее принять наиболее удовлетворительное решение, которое даст средний результат. Им также были установлены «позитивные циклы обратной связи» и «увеличивающие факторы», которые являются основой динамических процессов быстрого экспоненциального роста в экономике. Позитивные циклы обратной связи могут создавать самоподдерживающиеся процессы, которые быстро переводят системы с начальной точки в другое состояние.

Для агентного подхода свойственно не изучение равновесного состояния системы, так как не все системы приходят к состоянию равновесия, а изучение природы явлений в основе сложных социальных взаимодействий. Также уделяется внимание не агрегированным элементам системы, а процессам «снизу вверх» – взаимодействию агентов, в результате которых рождается обобщенное поведение системы. «Возникающее» поведение представляет собой результат взаимодействия элементов системы. Соответственно в рамках данного подхода возникает необходимость корректно отобразить механизм поведения конкуренции и взаимодействия элементов системы – так называемых «агентов», а также на основе этого разработать подход к оценке конкуренции через различные формы ее проявления.

### Список литературы

1. *Bresnahan T. F.* The oligopoly solution concept is identified // *Economic Letters* 10. 1982. Vol. 10. P. 87–92.

2. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. Справочное издание. СПб.: Норинт, 2000. 1536 с.
3. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / РАН. Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова. 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
4. Самуэльсон П. Э. Монополистическая конкуренция – революция в теории // Вехи экономической мысли / Под ред. В. М. Гальперина. СПб: Экономическая школа, 1999. Т. 2: Теория фирмы.
5. Украинская советская энциклопедия: В 12 т. / Под ред. О. К. Антонова и др. Киев: Гл. ред. украинской сов. энцикл., 1981. Т. 6. 552 с.
6. Согомонова Н. А. Економічний механізм підвищення ефективності роботи автотранспортного підприємства: Автореф. дис. ... канд. екон. наук. Харків, 2006. 18 с.
7. Иванова С. Л. Кредитный рейтинг в системе управления кредитным риском. Понятие и структура экономического механизма предприятия. 2010. URL: [http:// www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2010/Economics/3511.doc.htm/](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/3511.doc.htm/)
8. Экономика и управление, финансы и право. Словарь-справочник / Л. П. Кураков, В. Л. Кураков, А. Л. Кураков. М.: Вуз и школа, 2004. 1288 с.
9. Стогул О. И. Сущность понятия «экономический механизм развития предприятия» // Економіка транспортного комплексу. 2013. Вип. 21. С. 35–42.
10. Чаленко А. Ю. О понятийной неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях // Економіка промисловості. 2010. № 51 (3). С. 26–33.
11. Абалкин Л. И. Хозяйственный механизм общественных формаций. М.: Мысль, 1986. 269 с.
12. Экономическая энциклопедия: В 3 т. / Под ред. С. В. Мочерного и др. Киев: Академия, 2001. Т. 2. 846 с.
13. Кульман А. Экономические механизмы / Пер. с фр. Е. П. Островой; под ред. Н. И. Хрусталёвой. М.: Прогресс Универс, 1993. 192 с.
14. Panzar J. C., Rosse J. N. Testing for monopoly equilibrium // The Journal of Industrial Economics. 1987. Vol. 35 (4). P. 443–456.
15. Менар К. Создание и защита коллективных товарных знаков // Вопросы экономики. 1999. № 3. С. 74–86.
16. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. М.: Прогресс, 1995.
17. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М.: Прогресс, 1986. 479 с.
18. Чемберлен Э. Теория монополистической конкуренции. М.: Соцэкгиз, 1959. 382 с.
19. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Соцэкгиз, 1962. 684 с.
20. Шумпетер Й. Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. М.: Прогресс, 1982. 455 с.
21. Хайек Ф. А. Дорога к рабству. М.: Экономика, 1992. 175 с.
22. Маркс К. Письма о «Капитале» / Авт. предисл. А. И. Малыш. М.: Политиздат, 1986. 351 с.
23. Жигун Л. А. Конкуренция: проблемы теории и практики регулирования. Владивосток: Изд-во ДВГЭУ, 2001.
24. Vischer F. T. Mein Lebensgang // Kritische Gänge. 1922. Bd. 6. S. 439–505.
25. Axtell R. Why agents? On the varied motivations for agent computing in the social sciences. Center on Social and Economic Dynamics. Washington D.C., 2000. Working paper 17.
26. Axelrod R. The complexity of cooperation: Agent-based models of conflict and cooperation. Princeton, NJ: The Princeton University Press, 1997.
27. Блауг М. Саймон, Герберт // 100 великих экономистов после Кейнса = Great Economists since Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past. СПб.: Экономикс, 2009. С. 252–255.

**A. F. Buruk**

*Institute of Economics and Industrial Engineering, SB RAS  
17 Acad. Lavrentiev Ave., Novosibirsk, 630090, Russian Federation*

*Siberian State University of Technology and Geosystems  
10 Plakhotnyi Str., Novosibirsk, 630108, Russian Federation*

*Anjuta-5@yandex.ru*

**DEFINITION OF THE CONCEPT OF COMPETITION  
AND THE PROBLEMS OF ITS MEASUREMENT**

In the article the conceptual apparatus of competition is considered. Scientific theoretical and methodological concepts of the nature and characteristics of the essence of competition were generalized. Considered the basic historical trends in the definition of this concept, including classical, neoclassical, Marxist, and other institutional directions, examined the prerequisites and conditions of the phenomenon, the consequences for the economic environment. Based on the analysis of the essence of competition we summarize the main features of them, the basic form of their manifestation. Reviewed modern approaches to the measurement of the level of competition, identified their main features and disadvantages of each approach formed. Defined performance level of competition, given their characteristics, highlighted the main advantages and disadvantages of the application. Labeled promising area of research in assessing the level of competition, allowing to display the process of competition of economic agents and the main results of their competition to a greater degree.

*Keywords:* competition, concept, essence, approaches to assessing the level of competition, gauges, indicators of intensity.

**References**

1. Bresnahan T. F. The oligopoly solution concept is identified. *Economic Letters* 10, 1982, vol. 10, p. 87–92.
2. Kuznetsov S. A. Great Dictionary of Russian language. Reference edition. SPb., Norint, 2000, 1536 p. (In Russ.)
3. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Dictionary of Russian language 80 000 words and idiomatic expressions. Russian Academy of Sciences. Institute of Russian Language. V. V. Vinogradov. 4<sup>th</sup> ed. M., Azbukovnik, 1999, 944 p. (In Russ.)
4. Samuelson P. E. Monopolistic competition – a revolution in the theory. *Milestones of economic thought*. St. Petersburg, Economic School, 1999, vol. 2: Theory of the firm, p. 354–370. (In Russ.)
5. Ukrainian Soviet Encyclopedia in 12 vols. Kiev, Home Edition Ukrainian Soviet Encyclopedia, 1981, vol. 6, 552 p. (In Russ.)
6. Sogomonov N. A. Ekonomichny mehanizm pidvischennya effektivnosti robots motor pidpriemstva abstract dis. On zdobuttya Naukova stage candidate ekonomichnih special sciences. Harkiv, 2006, 18 p. (In Ukr.)
7. Ivanov S. L. Credit rating in the credit risk management system. The concept and structure of the economic mechanism of the enterprise. URL: [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2010/Economics/3511.doc.htm/](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/3511.doc.htm/) (In Russ.)
8. Economics and management, finance and law. Glossary. L. P. Kurakov, V. L. Kurakov, A. L. Kurakov. M., The University and the school, 2004. 1288 p. (In Russ.)
9. Stogul O. I. The essence of the concept of "economic mechanism of development of the enterprise". *Ekonomika transport complex*, 2013, vol. 21, p. 35–42. (In Russ.)
10. Chalenko A. Yu. Conceptual ambiguity of the term "mechanism" in economic research. *Ekonomika Promislovosti*, 2010, № 51 (3), p. 26–33. (In Russ.)

11. Abalkin L. I. The economic mechanism of social formations. M., Thought, 1986, 269 p. (In Russ.)
12. Economic Encyclopedia. Kiev, Academy, 2001, vol. 2, 846 p. (In Russ.)
13. Kuhlman A. Economic instruments. (Trans. E. P. Ostrova). Moscow, Progress, Univers, 1993, 192 p. (In Russ.)
14. Panzar J. C., Rosse J. N. Testing for monopoly equilibrium. *The Journal of Industrial Economics*, 1987, vol. 35 (4), p. 443–456.
15. Menard K. Creation and protection of collective trademarks. *Questions of economy*, 1999, № 3, p. 74–86. (In Russ.)
16. Eucken W. Main principles of economic policy. M., Progress, 1995. (In Russ.)
17. Robinson J. The economic theory of imperfect competition. M., Progress, 1986, 479 p. (In Russ.)
18. Chamberlain E. The theory of monopolistic competition. M., Sotsekgiz, 1959, 382 p. (In Russ.)
19. Smith A. The Wealth of Nations. M., Sotsekgiz, 1962, 684 p. (In Russ.)
20. Schumpeter J. The Theory of Economic Development: A study of business profits, capital, credit, interest and conditions cycle. M., Progress, 1982, 455 p. (In Russ.)
21. Hayek F.A. The Road to Serfdom. M., Economy: Economy, 1992, 175 p. (In Russ.)
22. Marx K. Letters on "Capital". M., Politizdat, 1986, 351 p. (In Russ.)
23. Zhigun L. A. Competition: problems of theory and practice of regulation. Vladivostok. Publishing house DVGEU, 2001. (In Russ.)
24. Vischer F. T. Mein Lebensgang. *Kritische Gänge*, 1922, Bd. 6, S. 439–505. (In Du.)
25. Axtell R. Why agents? On the varied motivations for agent computing in the social sciences, Working paper 17, Center on Social and Economic Dynamics, Brookings Institution, Washington, D.C. 2000.
26. Axelrod R. The complexity of cooperation: Agent-based models of conflict and cooperation. Princeton, NJ, The Princeton University Press, 1997.
27. Blaug M. Simon Herbert. *100 great economists after Keynes* = Great Economists since Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past. SPb., Economicus, 2009, p. 252–255. (In Russ.)

*For citation:*

Buruk A. F. Definition of the Concept of Competition and the Problems of Its Measurement. *World of Economics and Management*, 2016, vol. 16, no. 3, p. 84–99. (In Russ.)